

*Ámbitos de investigación en diseño, deporte y comunicación:
la visualización de datos
y el fanatismo.*

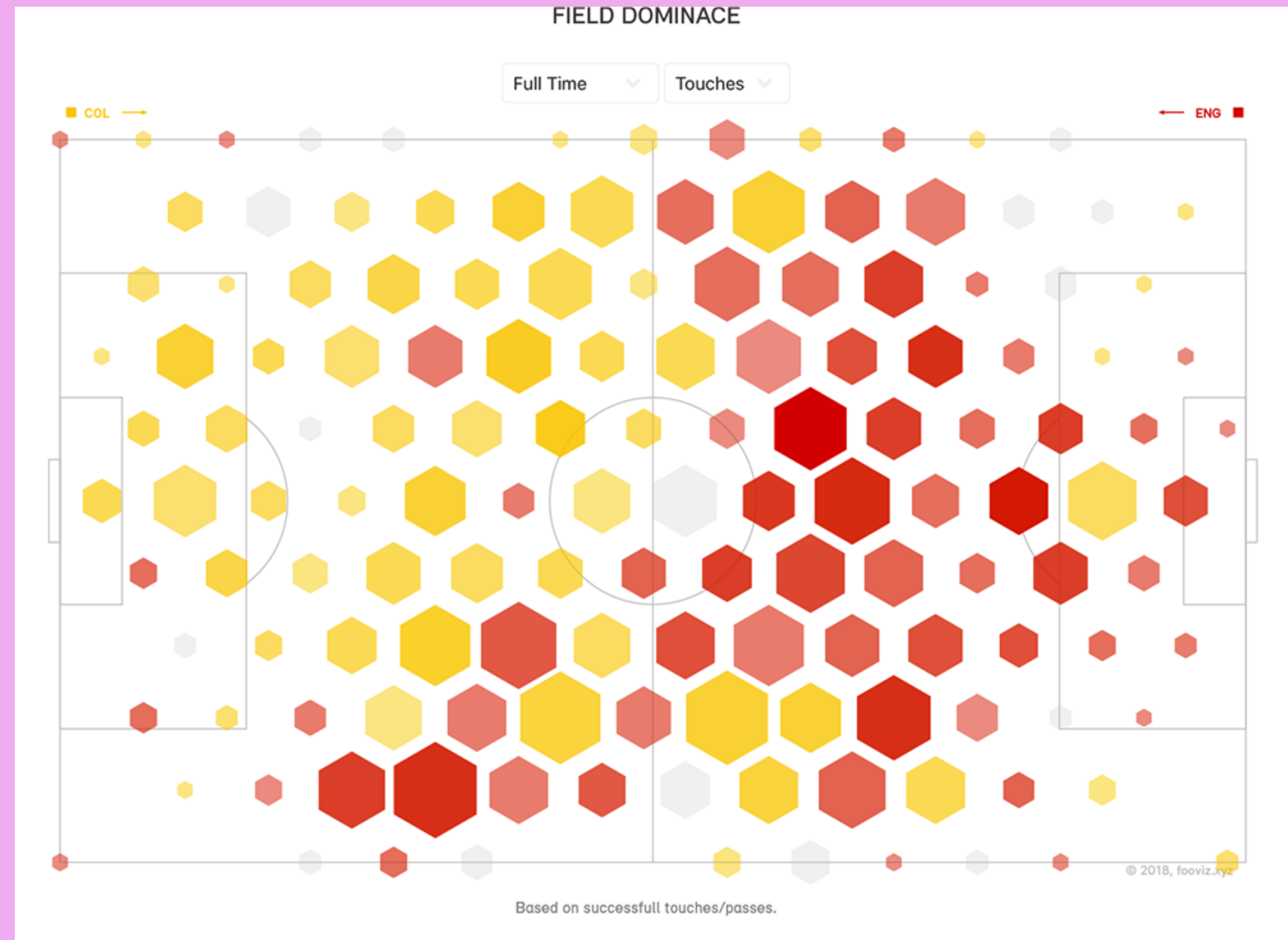
Seminario “La investigación en las Artes”
Pasto, Abril 24 de 2018

Hugo Alonso Plazas hugoalonsoplazas@udenar.edu.co

Universidad de Nariño

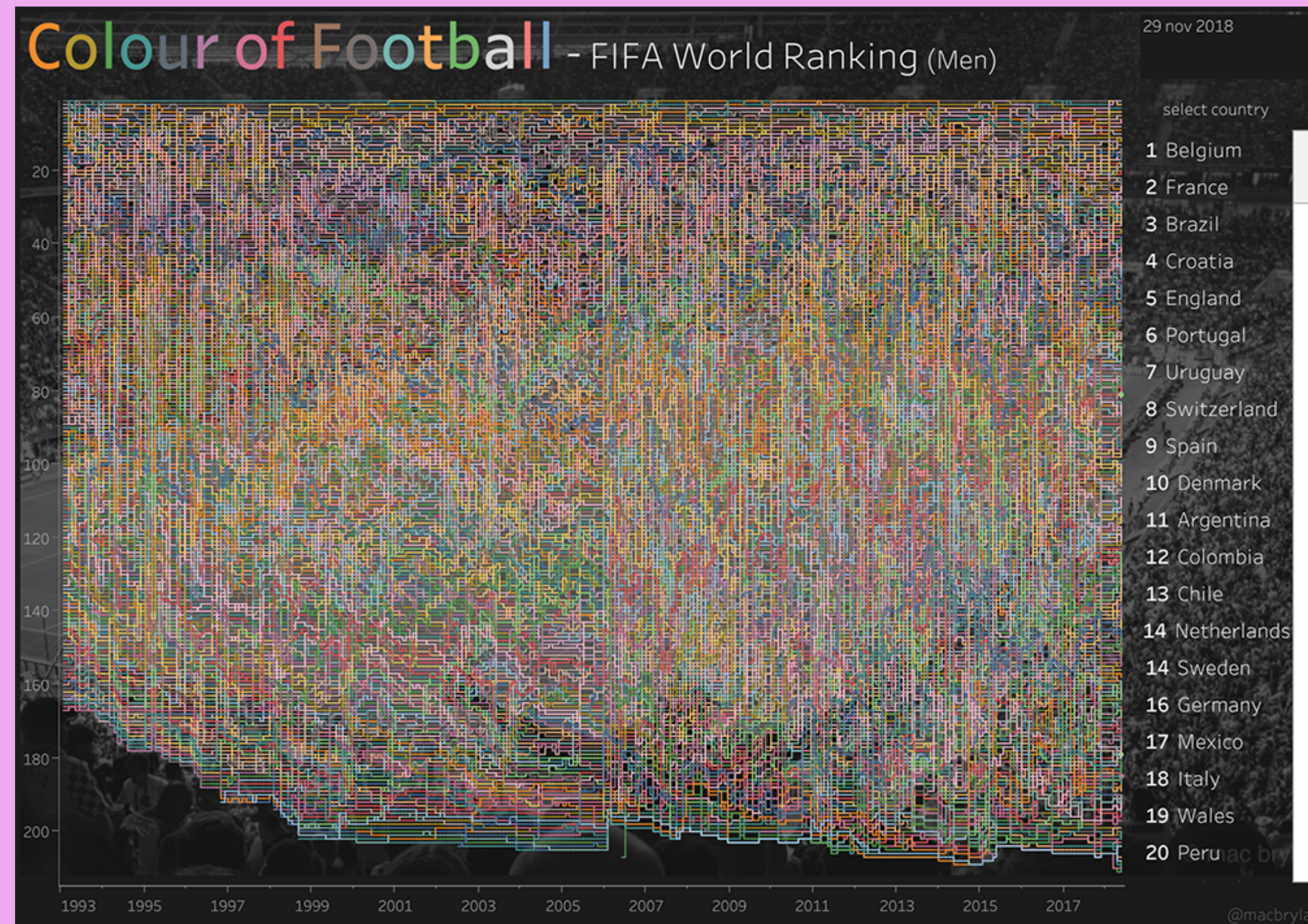
Grupo de Investigación en Historia y teoría del diseño

En la etapa actual losgráficos deportivos alcanzan un nivel de complejidad que los ubica en una esfera compartida entre informática, diseño de información y análisis deportivo. Esta esfera, dominada en exclusividad por varios décadas por los medios de comunicación, ahora es tomada por los fanáticos deportivos quienes demuestran un conjunto de habilidades que los hace destacar por los proyectos de visualización que desarrollan por motivación propia.



A World Cup in Charts - Michael Ashauer

Desde una perspectiva crítica, Whannel (2008) nos recuerda que los espectadores viven la lógica del espectáculo como un conflicto cultural que se produce entre las formas impuestas desde arriba por los medios de comunicación y las prácticas desarrolladas por ellos mismos como fanáticos y que se derivan del placer profundo que produce el deporte.



Colour of Football - FIFA World Ranking – Men de Mac Bryla

Los aficionados demuestran su pasión a través del uso de un mayor número de recursos (tecnológicos, gráficos, informativos, etc.) a pesar que su discurso pueda quedar fuera del tema central de la información.

Estos proyectos son propuestas claramente destinados a usuarios fugaces que captan la información en menor tiempo y requieren datos precisos y fundados en una relación imagen y datos, más que en el textos y la autoridad informativa.

...*gracias*